



# セミナーにより女性の継続就業とやる気を増進。育休支援者制度で両立支援にも取り組む

共同印刷株式会社は、継続就業や職域拡大など女性活躍推進に向けた取組により、平成20年度の均等・両立推進企業表彰において均等推進企業部門東京労働局長優良賞を受賞した。その他、両立支援の取組などについて人事部人材開発課副参事の**新井妙子氏**にお話を伺った。



**PROFILE**  
新井 妙子氏  
人事部人材開発課 副参事

1988年入社。法務部知的財産課にて契約関連業務に従事。1997年人事部人材開発課に異動し、人材育成関連業務に従事。2005年より社内ポジティブアクションプラン“Bright Women Support Plan”推進プロジェクトリーダーを担当。2008年4月より現職。

## 女性活躍推進のためのプロジェクトをスタート

——この度は、平成20年度の均等・両立推進企業表彰において均等推進企業部門東京労働局長優良賞を受賞され、おめでとうございます。御社はいわゆる出版物だけにとどまらず幅広く生活資材まで扱っていますね。

**新井** 印刷をベースに、製品企画やデザイン、システム開発から製品の発送までのトータルでサービスを販売しているという動きに変わってきています。

——印刷業界には女性が少ないというイメージがありますが、女性活躍推進の取組のきっかけは。

**新井** 当社でも2004年頃までは女性社員の割合が1割を切っていました。印刷の現場では交替制で印刷機を回すので、どうしても夜勤が発生します。

また、お客さまのニーズに 대응するためにはフレキシブルな対応も必要なので、製品の納品までの時間がタイトになるなど、なかなか定時勤務では対応できない場合も出てきます。こうしたことから、女性の継続就業や職域拡大が難しくなったという状況がありました。

そのような中、2003年頃から団塊世代の大量退職問題のクローズアップや次世代育成法施行に向けた動きなどを背景に、人事部内で女性活躍推進のための手を打たなければという気運が高まってきました。また、育児休業を取得する女性社員の増加を受けて、実務担当者から人事部長に対して、対応する枠組みを構築すべきであるという提案が出されたことなども後押しとなったようです。

2004年4月から人事部にプロジェクトチームをつくり、女性の活躍推進活動がスタートしました。育児休業

取得者や各部門へのヒアリングなどプロジェクト活動を行い、1年間の検討期間を経て2005年に人事部主導の施策として「Bright Women Support Plan」を立ち上げました。

——社員の意見を吸い上げながら立ち上げたということですね。具体的にどのような取組をされていますか。

**新井** 女性の採用を拡大するために、入社案内に先輩女性社員の紹介を掲載したり、学生向けのジョブミートングという企業説明会では、女性社員の話が聞ける機会を積極的に設けています。

実際、女性の採用割合をみて、2004年には2割強でしたが、2005年には3割台、2006年、2007年は4割台にと増やしてきました。

——女性の応募者も増えてきているのですか。

**新井** 増えています。以前は、夜勤が

できないことや、ロールモデルとなる女性がいなくてもあつて、女性の採用に難色を示す上長もいたようです。しかし、今は女性の職域も少しずつ拡大され、より優秀な女性の採用比率を上げていこうと取り組んでいます。こうしたことにより、今まで女性がいなかった製造部門や営業部門に女性が増えました。それと合わせて、女性が働きやすいようにトイレや更衣室など設備の改修を順次進めてきました。

### セミナーを開催し、 キャリアを考えるきっかけに

——女性社員のキャリアアップのための取組についてはいかがですか。

**新井** (財)21世紀職業財団の「上級キャリアアップセミナー」を「キャリアビジョン発見セミナー」と題して社内で開催しました。管理職を除く主事以上の女性社員全員を対象とし、3年かけて154名の全員が受講修了しました。

——受講者の反応はどうでしたか。

**新井** 一部には「キャリアビジョン」という考え方への戸惑いが見受けられましたが、自分の業務と会社とのかわり方を見直す良い機会になったようです。後段にロールモデルとして女性管理職の話聞くパートを設けたのですが、仕事内容やキャリアの積み方

について直接聞く機会が持て、ずいぶん役に立っていると思います。女性管理職からも、最初は「私の話なんて……」という声があがりましたが、後輩である女性社員の育成につながるということ、ずいぶん協力をしてくださることで、また同じ場を共有することで、女性社員同士のネットワークづくりのきっかけにもなりました。

実は、その後も新しく主事へ昇格した女性を対象にしたセミナーを継続開催する予定でした。しかし、受講した方から「男性も受けたほうがいい」という意見があり、現在は30歳に到達した時点で、男性を含めた全社員に必ずキャリアデザイン研修を受けていただくことにしています。受講時間も、1日間から2日間に拡大しました。

——女性の管理職は増加しましたか。

**新井** Bright Women Support Planがスタートする前は、女性の管理職は1名しかいませんでした。それがスタートして1名、また1名と増えて、現在は4名になりました。このセミナーがダイレクトに影響しているかはわかりませんが、女性の勤続年数が伸び、年齢的に役職に至る女性が出てきたということは言えると思います。育児休業を取得する女性が増えると、勤続年数も延びてキャリアが蓄積され、役職に合致する人も出てきます。

また当社では管理職の昇格要件として、人事考課以外に通信教育の受講も義務づけていますが、過去には受講の資格を持っていてもトライする女性はありませんでした。それがBright Women Support Planを立ち上げて以降、自分から積極的にトライする女性が増えてきました。

——会社側の取組と女性社員のやる気が、車の両輪でうまく回り始めたということですね。

### 4名の育児支援者が 休業者をサポート

——両立支援についてはいかがですか。

**新井** Bright Women Support Planのスタートと同時に育児休業は2歳に達するまで取得できるなど、制度は法律を上回った内容にしました。それに加えて2006年1月に、労使委員会「仕事と家庭の両立支援委員会」を立ち上げました。委員長は取締役人事部長、労働組合からは副委員長(当時)を筆頭にメンバーはさまざまな属性を持つ社員から構成されています。人事部のプロジェクトメンバーも加わっています。

——両立支援委員会は、具体的にはどのような取組をされたのですか。

**新井** それまでの勤務時間短縮制度は小学校入学後の4月末日までし

## COMPANY DATA

設立/1925(大正14)年12月26日  
創業/1897(明治30)年6月25日  
資本金/45億1,000万円  
代表者/代表取締役社長 稲木 歳明  
本社所在地/東京都文京区  
事業所数/13箇所  
事業内容/出版印刷・商業印刷および生活資材など  
従業員数/2,311人(男性2,031人、女性280人)  
平均年齢/39.6歳(男性40.8歳、女性31.1歳)  
平均勤続年数/17.1年(男性18.2年、女性9.2年)  
※平成20年3月30日現在

KYODO PRINTING CO., LTD. 共同印刷



たが、両立支援委員会にて「もう少し長くしてほしい」という意見が強く出たので、2007年度から小学校3年修了時まで延長しました。

また独自の制度として、「育児支援者制度」を設けていますが、これも育児休業取得にいい効果をもたらしていると思います。

——育児支援者制度とは。

**新井** 1名の育児休業取得者に対して、4名の育児支援者を置き、休業前・休業中・復帰までサポートする体制です。Jの制度は、Bright Women Support Planを立ち上げるときに、育児休業取得者の疎外感を払拭しなければ女性の継続就業は望めないと考え、その結果生まれた制度です。

——どのような方が育児支援者になるのですか。

**新井** まず職場の上長が育児支援責任者となり、支援者には同僚で仕事の引き継ぎをする方など、取得者の状況がよくわかる方がつきます。同じ部署に過去に育児休業を取得された方がいる場合にはその方をお願いしています。人事部側は、支援責任者は人材開発課長、支援者は私が務めています。

——育児支援者はどのようなフォローをするのですか。

**新井** 休業取得前と復帰前に取得者本人と育児支援者が集まって「支援

連絡会」を開き、情報を共有します。社内制度の案内、本人の体調や通勤時間、保育施設の確保状況などを確認したり、支援するための会議です。取得者本人には、「休業への周囲の認知」「休業中の支援」「復帰に対する会社の理解」などを身をもって感じ取ってもらう場にもなります。また支援連絡会は、自分の不安を上司や人事にも伝えることができ、1人で悩みを抱え込むことはなくなります。伝聞による情報の錯綜もなくなります。

休業中には育児支援者が中心となってメールなどで情報提供を行います。

——他にあまり例のないユニークな制度ですね。

**新井** まだ取得者が少ないからできる制度です。今後取得者が多くなると、また新しい展開を考える必要があると思います。望ましいのは、社内制度や考え方の周知が進み、当たり前のように育児休業を取得する環境になることです。

——現在、育児休業取得者はどれくらいいるのですか。

**新井** 取得率はほぼ100%で、2007年度は10名、2008年度は20名ぐらいいました。

——再雇用制度はあるのですか。

**新井** 再雇用制度は2008年に新設しました。少子化時代ということもあり、せっかく身につけたスキルを

また生かして戦力になつてほしいという思いがあります。登録者は1名出ましたが、実際の再雇用はまだありません。

### 育児支援給付金制度で 男性の休業期間も長く

**新井** その他に、「育児支援給付金制度」という制度を設けました。これは復帰後6カ月以上勤務した人に対して、休業開始後5日間については雇用保険法からの給付と合算して賃金の100%が、28日までは80%相当額が本人に給付されるというものです。

——休業中に収入が無くなるのは不安ですから、男性も育児休業を取りやすくなったと思います。男性の育児休業取得者は何名くらいですか。

**新井** 昨年度は4名、今年度は3名です。今年度は初めて1カ月程度の長期取得者が1名出ました。これも徐々に取りやすいムードが出てきたためだと思えます。取得した方は、両方の実家の支援が得られなかったので、育児支援給付金制度の28日で計画を立てて取得されました。ちょうど抱えている仕事の切れ目と出産時期がうまく合い、長期に休むことが可能になったようです。

——職場の反応はいかがでしたか。

**新井** 期間が長いことへは不安もあつ



たようですが、幸い同じ職場の先輩が前々年度に5日間の育児休業を取得していたため、職場内で何とかフォローしようと動いてくれました。前例があったことがプラスの方向に働いたのですね。

周知活動としては、Bright Women Support Planの社内のイントラネットから、常に情報を配信しています。また広報部と連携をとって、男性の育児参加についてのトップメッセージを掲載するなど、毎年3回は社内報に関連記事を取り上げてもらっています。

——また、御社では男性育児参加プログラム『KIPすくすく育児プラン』の用紙を、男性社員全員に配布しているそうです。

**新井** はい。「配偶者の妊娠中に両親学級に参加」「子どもに予防注射を受けさせるために保健所に連れて行く」「など、男性社員が自分の育児参加プランを記入し、上長に提出した後、人事部が内容を確認して職場に戻します。このプログラムの目的は、男性が育児参加を理由とした休暇取得に対する職場の理解を求めると、全社を挙げて男性の育児参加を進める取組であることを周知徹底することです。

## 社内外で ネットワークを築く

——そのほかの取組や今後の展望について、お聞かせください。

**新井** (財)21世紀職業財団主催のグリードアップセミナーには、毎年定期的な2〜4名を派遣しています。2007年度からは、複数の会社と一緒に年数回異業種交流セミナーを行い、社外ネットワークを築くために4〜5名ずつ派遣しています。「他社で活躍される同年代の女性との交流が良い刺激になった」などの声もあり、今年度も予定しています。

女性社員が少ないので、ロールモデルの不在は引き続き大きな課題です。社内外のネットワークをうまく築いていけるように、これらのセミナー以外にも場を提供する必要があると考えています。

また昨年は、初めての試みとして、育児休業を取得予定の方とその年の春に復帰した方の情報交換会をしました。その場で同じ保育園に通わせようという話になるなど、お互いに有益な情報交換ができた大変好評でした。

周りに女性社員が少ないため、他の

女性の話聞くことで、自分の立ち位置が確認できたり、年齢を超えて話ができるなど、女性の場合、ネットワークの力は大きいと思います。そういう良い部分を生かすためにも、意識的にネットワークづくりを仕掛けていくことを考えていきたいと思っています。

——ポジティブなスパイラルが広がるといいですね。どうもありがとうございます。



「育休ハンドブック」は、取得者用と管理職用を作成



共同印刷株式会社

## 印刷の枠を超えた さまざまな「カタチ」を創造するために

共同印刷は明治30年に前身である博文館印刷工場を創業して書籍・雑誌を印刷したのがはじまり。以後、紙の印刷だけでなく、布や金属の印刷も開始し、『東洋一の印刷のデパート』と称された。

現在では、お客さまのご要望をトータルにバックアップし、雑誌・書籍の出版印刷、カタログ・カレンダー・データプリント・ICカード・美術商品など商業印刷の他、紙器・チューブなど生活資材、建材用品、光学フィルター・FA機器など多岐にわたる資材の製造、さらにシステムからデザイン設計など印刷という概念を超えたトータルサービスを提供する。グループ経営理念『印刷事業を核に、生活・文化・情報産業として社会に貢献する』のもと、印刷技術を生かし情報加工産業として、印刷の枠を超えたさまざまな「カタチ」を創造するため、新市場への革新を続けている。